



中国旅游发展年度报告书系

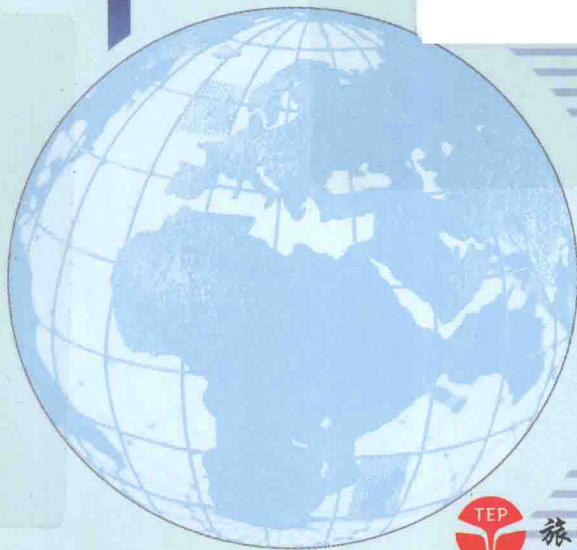
Annual Development Report of China's Tourism

中国旅游景区 发展报告

(2014)

China Tourism Scenic
Development Report(2014)

中国旅游研究院



旅游教育出版社



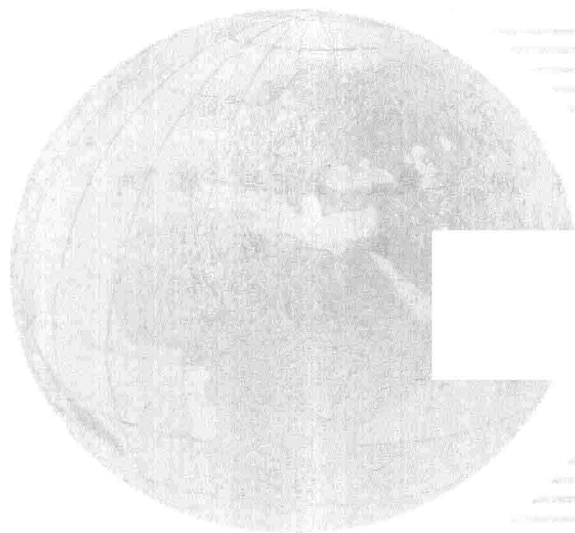
中国旅游发展年度报告书系

Annual Development Report of China's Tourism

中国旅游景区 发展报告 (2014)

China Tourism Scenic
Development Report(2014)

中国旅游研究院



北京·旅游教育出版社

责任编辑:果凤双

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游景区发展报告.2014 / 中国旅游研究院著

. — 北京 : 旅游教育出版社,2014.9

ISBN 978-7-5637-3004-9

I. ①中… II. ①中… III. ①旅游区—经济发展—研究报告—中国—2014 IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 188843 号

中国旅游景区发展报告(2014)

中国旅游研究院 著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E-mail	tepx@163. com
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印 张	8.75
字 数	103 千字
版 次	2014 年 9 月第 1 版
印 次	2014 年 9 月第 1 次印刷
定 价	50.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

序言：景区发展要响应大众旅游和国民休闲的时代要求

《中国旅游景区发展报告》是旅游学科建设的需要，也是景区发展实践的现实要求。当前，我国旅游业正在从大众化发展的初级阶段向中高级阶段的演化进程中，观光仍然是基础性的旅游需求。在特定的时空中，景区的价格弹性如此之低，以至于经营者可以在没有产品创新和服务增值的情况下，每隔三年就提一次价格，高等级景区很快进入了“百元时代”。从“更多的国民参与，更高的品质分享”的当代旅游理论出发，我们在2013年度报告中明确提出了“让老百姓玩得起”的景区发展目标。现在看来，这个目标实现得并不算好。今年8月，国务院下发了《关于促进旅游业改革与发展的若干意见》，进一步明确了“抑制景区门票价格过快上涨”的要求，为适应国民大众旅游需求的新变化，“推动观光、休闲和度假旅游协调发展”成为大众旅游和国民休闲时代的新战略。具体到景区业，则要求我们着眼于更多的老百姓参与进来，同时着力构建更加多元、更多层次的景区发展体系。

更加多元、更多层次的景区发展体系，是适应旅游消费结构升级的需要。老百姓对景区的需求既有量的变化，也有质的变化。当前观光仍然是我国旅游消费的基础性需求，但休闲、度假和专项旅游等新需求越来越多。从城镇居民出游构成看，观光游览的游客比例由2004年的45%变为当前的28%，度假、休闲和娱乐由2004年的19.7%变为当前的24.4%，商务会议由2004年的5.5%变为当前的14.2%。乡村旅游、航天旅游、邮轮旅游、医疗旅游、养生旅游、研学旅游等新形

态不断出现，避暑旅游、温泉旅游、滑雪旅游、海滨度假等形成新的消费热点。这些新需求和新热点，迫切需要公共服务和商业供给的现实满足。

更加多元、更多层次的景区发展体系，也是旅游景区业创新发展的必然要求。以黄山、西湖、长城、故宫、兵马俑为代表的经典景区对广大游客依然具有持续的吸引力，同时我们也看到了以华侨城、海昌、长隆等为代表的主题公园越来越受到游客特别是年轻人的欢迎，乌镇、古北水镇、宽窄巷子等文化休闲度假景区越来越成为资本追逐的对象，而迪士尼、环球影城等项目的未建先火，更是让我们看到了新型旅游景区创新发展的无限生机。老百姓需求的变化使得景区供给正在从早期的依靠老天爷的自然资源和依靠老祖宗的历史人文资源驱动的传统模式走向“资本、技术和创意”的新时代。

更加多元、更多层次的景区发展体系，是我国旅游业进一步改革开放的重要内容。当前，我国旅游业正围绕国家提出的政治、经济、文化、社会 and 生态“五位一体”总体发展战略，致力于把旅游业建设成为“美丽中国”的直接载体，配合国家战略，规划京津冀、长城旅游带、京杭大运河、丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的旅游线路，需要根据旅游活动的客观规律，建设和组织一大批各具特色的旅游景点，并进行统一的宏观调控和分类指导。现实中，我国景区业“一流资源、二流服务”的问题一直没有得到有效的解决。据 2013 年世界经济论坛报告，我国传统旅游资源具有优势，世界自然与文化遗产的数量分居第 2 和第 1 位，但是旅游景区的各项便利化设施和品质服务方面的排名却很靠后。在新的历史时期，要提高我国旅游业的总体竞争力，必须有效提升景区管理和服务水平。

为了让老百姓玩得起，有得玩，也玩得好，政府、市场和社会各界需要对景区和主题公园投入更多的关注，在国家战略的指导下，以深化改革为动力，以扩大开放为导向，有效推动我国旅游景区的创新发展。

在加快旅游业改革发展的总体框架中，景区是主体地位和关键领域，需要在政策设计和制度创新上给予优先关注。以旅游市场需求为导向，推动景区业转型升级，培育更多景区业的产业主体，落实《关于促进旅游业改革与发展的若干意见》提出

的推动旅游产品向观光、休闲、度假并重转变和稳步推进建立国家公园体制等战略部署。对现有景区实行分级分类管理，大力扶持新型景区特别是文化创意和技术驱动型主题公园和资本运作项目，积极发展老年、民俗、养生、医疗、研学等旅游景区。加强旅游景区的政策体系框架的研究，加强与相关部门的协调，逐步推动落实和完善各项涉旅政策。

旅游景区要与资本、技术和年轻人主导的创业群体等现代服务业要素开展广泛而务实的合作。现在已经不是靠“老天爷”和“老祖宗”吃饭的时代了，资本、技术、知识和年轻人主导的创业群体构成了旅游产品和服务升级的主要驱动力。值得关注的是，文化创意项目、旅游综合体甚至“无景区”线路等新业态的投资中，民营和国际资本已经占据了主导地位，成为旅游景区发展的现实引领者。旅游景区的发展必须紧紧依托现代服务业的市场主体，与创新创业者一起同行，才有可能加快构建更加多元的景区发展体系。

在旅游发展的新阶段，在新兴景区成长的过程中，各级政府和各类行政主管部门需要重新梳理政府与市场的关系定位，真正把“市场在资源配置中起决定性作用”和“政府更好地发挥作用”在旅游领域中落到实处。在相当长的一个时期内，我国的旅游发展是政府主导、适度超前的模式，有意无意间，政府给自己背了太多的包袱，事实上很多事情政府是做不到的，或者不需要政府去做的。特别是在一个具体项目上如何赢利，政府显然不如市场更有效率。就是涉及公共事业和社会发展，也不一定完全由政府来决定，我们需要做的是千方百计地把市场主体培育起来，特别是那些愿意在旅游景区领域投资并且有能力创新的商业机构。在市场发育和商业创新的过程中，政府需要通过有效的信息公开和专业指导促进旅游景区的创新发展。

为适应旅游景区改革、发展与创新的实践要求，教育和研究机构应当在理论建构方面有积极的作为和创新的担当。过去的景区教学和研究体系主要集中在发达国家国家公园管理体制、成功商业项目的介绍和引进，现有的法律法规和政策监管的梳理，微观的景区服务标准与流程，以及与人资源、市场营销、财务管理等一般商业知识的介绍上。时代变化了，教育和研究机构也要做出及时的响应，逐步形成基于中

国国情的旅游景区创新发展、宏观调控和微观监管体系。学术界要以理论创新的勇气，与时代同行，与实践同行，积极探索有中国特色的景区发展理论和旅游景区治理体系。在此过程中，不断丰富和完善旅游景区的学科建设。希望《中国旅游景区发展报告》的系列研究报告能够在这方面多做一些奠基性的工作，希望课题组的同志们多出一些开创性的成就。



中国旅游研究院院长、教授、博士生导师

2014 年 8 月

目 录

CONTENTS

第一章 景区发展环境	1
一、游客对景区品质有了更高的追求	2
二、传统景区面临创新压力	5
三、景区运营面临着更多的法律规范	5
四、利益相关者的博弈进一步强化	6
五、景区安全和承载量问题亟待解决	7
第二章 景区消费需求与服务质量评价	13
一、景区的消费主体和消费特征	14
二、游客对景区的服务质量评价	24
第三章 景区投资分析	45
一、5A 景区增量分析	46
二、景区投资特征	53
三、景区类上市公司发展分析	55
第四章 景区管理动态与经营绩效	71
一、景区经营管理的新动态	72
二、景区经营绩效的景气分析	88



第五章 与景区相关的政策法规	105
一、年度法律法规与政策变化	106
二、法律法规与政策的影响	112
三、景区管理体制面临着改革的压力	119
第六章 景区发展建议	123
一、景区发展趋势	124
二、景区发展建议	127

第一章

景区发展环境



随着《国民旅游休闲纲要(2013—2020年)》《中华人民共和国旅游法》的颁布和实施,随着中央“八项规定”的持续发力和依法治国、市场配置理念的普及,渐渐远去的2013年既是我国旅游发展历史上具有划时代意义的一年,也是旅游行业重新整合大局频动的一年。2013年旅游行业呈现出“宏观向好、微观困难”的格局,充满了前所未有的机遇和挑战。景区业在旅游业持续发展的大势中,既得益于大环境的利好,局部微观企业也受到短期冲击。

一、游客对景区品质有了更高的追求

旅游市场需求保持旺盛。从市场面看,2013年,老百姓的需求总量是增长的。2013年,我国旅游业总体保持健康较快发展:国内旅游市场继续较快增长,出境旅游市场持续快速增长,入境旅游市场小幅下降。据最新统计显示,2013年中国旅游业实现旅游总收入29475亿元,比上年增长14.0%。在国内旅游市场方面,2013年,国内旅游人数32.62亿人次,比上年增长10.3%;国内旅游收入26276亿元,同比增长15.7%。在入境旅游市场方面,2013年,入境旅游人数12908万人次,比上年下降2.5%,其中,入境过夜游客人数5569万人次,同比下降3.5%,旅游外汇收入517亿美元,增长3.3%。

游客仍以观光游览为主要出游目的。根据中国旅游研究院调查,在国内旅游市场上,选择游览观光作为主要旅游目的的游客数量占总游客数量的51%,表明在2013年,游览观光游客仍是我国国内游客的主体。在入境旅游市场上,从入境游客到中国旅游的主要目的来看,游览观光目的的入境游客比例为32%,这一比例在入境游客景区类型偏好的选择中仅次于了解中国特色文化的游客比例。环球时报舆情

调查中心根据 11 家旅游专业网站推荐的 5、6 月份的旅游景区情况，对全国 115 家 5A 级景区的旅游热门度进行评估，结果显示，山水观光胜地仍然是游客的首选。因此，我们判断，2013 年观光旅游仍然是基础。

表 1-1 旅游风向标——广西桂林摘得魁首

排名	景区名称	省份	热门星级
1	桂林漓江风景区	广西	★★★★★
2	厦门鼓浪屿风景区	福建	★★★★★
3	丽江古城景区	云南	★★★★
4	三亚南山大小洞天旅游区	海南	★★★★
5	黄山市黄山风景区	安徽	★★★★
6	张家界武陵源—天门山旅游区	湖南	★★★★
7	嘉兴桐乡乌镇古镇	浙江	★★★★
8	苏州园林（拙政园—留园—虎丘）	江苏	★★★★
9	昆明石林风景区	云南	★★★★
10	乐山峨眉山景区	四川	★★★

数据来源：环球时报舆情调查中心

表 1-2 景区关注榜——名山大川受网友热捧

排名	景区名称	省份	热门星级
1	黄山市黄山风景区	安徽	★★★★★
2	青岛崂山旅游风景区	山东	★★★★★
3	渭南华阴市华山景区	陕西	★★★★★
4	阿坝藏族羌族自治州九寨沟景区	四川	★★★★★
5	阿勒泰地区布尔津县喀纳斯景区	新疆	★★★★
6	厦门鼓浪屿风景名胜區	福建	★★★★
7	杭州西湖风景区	浙江	★★★★
8	迪庆藏族自治州香格里拉普达措国家公园	云南	★★★



续表

排名	景区名称	省份	热门星级
9	泰安泰山景区	山东	★★
10	杭州淳安千岛湖风景区	浙江	★★

数据来源：环球时报舆情调查中心

既然我们判断观光旅游是基础，那么景区就是观光的重要载体，也就是说老百姓对景区的需求既有量的需求，也有质的需求。

量的需求就是要不断增加景区数量，有让老百姓去玩并且玩得起的地方，而景区就是解决老百姓玩的地方。很多小区里楼下搞个喜羊羊、“熊二”的游乐设施，小孩子骑上去就会高兴地玩半天，是因为老百姓没有玩的地方；年轻人谈个恋爱，也没有玩的地方。这反映出在大众旅游、国民休闲的时代，老百姓对景区的渴求依然存在。

质的需求之一，就是对性价比的要求。据中国旅游研究院调查，游客出游前查找的主要信息包括景区（点）概况、旅游价格、交通、住宿、旅游地风俗民情、特色风俗民情、特色购物街区、娱乐等方面信息。景区（点）信息和价格信息是游览观光游客最关心的信息，其中 60% 的游客出游前主要查找了景区（点）方面的信息，38% 的游客查找了旅游价格方面的信息数据。全国的旅游消费结构中，用于景区的观光游览的支出比例中，景点门票支出的比例为 11%，要高于文化娱乐和住宿的各为 10% 的花费。可见，景区的性价比仍然是影响游客出游的一个重要因素。此外，承载量日益成为景区质量发展中一个不可回避的问题，这既是景区自身发展的要求，也是游客对景区旅游品质的要求。

从市场的基本面来说是有需求的，也有新的变化：景区建设不好，景区的核心吸引物建设不好，景区的衍生产品也同样建不好。同是景区大型演艺，《宋城千古情》创造了世界演艺史上的奇迹：年演出 1300 余场，旺季经常每天演出 10 场，推出十余年来已累计演出 16000 余场，接待观众 4800 余万人次，是目前世界上年演出

场次和观众最多的剧场演出。而三亚的《海棠·秀》却不尽如人意。

二、传统景区面临创新压力

景区为什么会有焦虑感？因为长隆起来了，万达起来了，海昌在全国开花，迪士尼即将进入市场，这些都可以说是广义的景区，是更有发展前景的景区。中国的景区供给正在从早期的依靠“老天爷”和“老祖宗”的二老资源为主体的景区走向“靠创意、靠投资、靠增量”驱动的时代，当更多的社会资本进入到这个行业以后，这也许就意味着一个以主题公园或者类似于古北水镇这样的人造景区的二次崛起。我们第一代做主题公园，是以河北正定的西游记宫为代表的，第二代是以华侨城欢乐谷和锦绣中华为代表的，而现在的主题公园或者类似的景区则是像古北水镇、像海昌这样以文创为核心可以复制的新兴的景区。以自然风光为主或者单一主题的公园类的景区，是难以满足老百姓不断增长的多元化需求的。整个景区的供给面正在从单一的依靠自然资源和历史文化资源为主体的模式，转向以投资以多元化文创为主体，依靠增量为驱动的模式。这一时代正在到来。

三、景区运营面临着更多的法律规范

景区业的发展更加强调国民的权利，休闲旅游的权利，强调抑制利用公益性的景区资源，价格过快上涨将会受到政策的打压和抑制，而政府鼓励的又是什么呢？适应市场需求的、适应老百姓休闲娱乐需要的那些新的景区、新的增量。可以说，政府鼓励的就是机遇，限制的就是挑战。这意味着政府对资源对旅游景区这个概念要实行分类管理，要实行分级管理。这就必然迫使利用自然历史文化资源的旅游景区不得不向多元化的方向发展，包括红色旅游景区。随着越来越多的年轻人进入到红色旅游景区景点，他们总要吃饭要住宿。对景区来说，在政策面的驱动下，景区正在从一个直接的产品，变成走向先有一个基础性的支撑，在这个基础性支撑的基



础上,去衍生产品,这可能对投资和供给是一个大的挑战。当然要分区域看,在广大的中西部景区,开发景区收门票仍然还会是一个主要的方向,但是从全国来看,这不是一个主流的发展方向。黄山等传统观光景区的发展模式在自然资源丰厚的中西部地区仍然是可以借鉴的,但是华侨城、海昌等本土化的文创资本驱动型的新型景区则是一个新兴的发展方向,同时也还要借鉴学习迪士尼、环球影城等成熟的国际性主题公园的发展经验。

政策面的另一些变化,包括混合所有制问题、国有事业单位改制的问题、清理整顿风景名胜区、宾馆招待所改制的问题等,意味着政府下一步可能要处置这一块资产。对景区管理者来说,是一个难得的历史机遇,以前长期解决不了条块分割的问题,现在有可能有机会去统一管理,统一规划了。

四、利益相关者的博弈进一步强化

2013年6月28日,峨眉山管委会发出通知,表示因为进入汛期,存在地质隐患,景区暂时关闭。但不到24小时,景区又表示部分景点恢复接待游客。有消息称,景区暂时关闭的原因并非山体滑坡或者塌方,而是当地村民与管委会因为利益分配等原因引发了矛盾,村民“堵路维权”,造成峨眉山核心景区无法进入所致。针对峨眉山景区村民阻路事件,峨眉山市人民政府出台了《关于解决峨眉山景区群众有关具体问题的通知》,对村民提出的包括扣押林权证、景区门票收入没有履行分红等四点集中诉求进行了回应,承诺村民将享受分红和养老保障。7月初,四川峨眉山景区被阻断的万年寺路口、两河口路口,道路已恢复畅通,峨眉山全山旅游全面恢复正常。此前村民“堵路维权”的风波也初步平息。

从凤凰古城围城收费的争议到此次“峨眉山堵路”,意味着社区居民的发展权利必须纳入到整个景区包容式包容性增长的战略中去,从追求单一的经济增长变为追求包含有社区居民权利战略的社会合益性增长。此外,安全问题的层出不穷,驴友爬野山动用直升机营救引起的争议,涉及政府也好,社区居民和景区管理者也好,

也都说明了景区需要均衡各方利益的发展要求。

6月,全球知名旅游网络社区 TripAdvisor 发布了 5400 名游客对全球 37 个主要旅游城市的评价结果,并认为“景点”不再是旅游评价首要标准。例如东京的自然风光和人文景点评价一般,但因“当地居民乐于助人”“出租车服务质量好”“街道整洁”“公交系统便利”等指标排名前列而成为了全球旅游“整体体验”最佳的目的地。新加坡旅游资源虽不占优势,但在“适合独自旅行”“出租车服务质量好”“街道整洁”等指标上都排名前列。与之相对的是,孟买、莫斯科等差评城市的短板主要在于城市配套的服务环境,北京在文化和历史景点上获得不少好评,但“当地居民乐于助人”“友好的出租车司机”等指标排名靠后。TripAdvisor 等业界调查结果显示,景观之上是生活,旅游目的地应更加重视游客面向日常生活的诉求,培育市民和游客共享的生活空间。

五、景区安全和承载力问题亟待解决

(一) 安全事件

旅游景区安全事故频发,给广大游客带来较为严重的生命财产危险,也在很大程度上影响了旅游景区的可持续发展。2013 年 3 月,云南省丽江古城发生火灾,大火造成 13 户 103 间建筑被烧,过火面积 2243.46 平方米。2013 年 10 月,庐山西海风景区出现游客爆满情况,一些大型旅游团的游客不听工作人员劝阻,强行闯到引桥上等船,致引桥不堪重负下陷,导致 18 名游客擦伤或落水。据了解,该桥还未通过工程验收。2014 年 1 月 12 日,香格里拉独克宗古城发生火灾,火灾共造成古城 335 户群众受灾,其中烧毁房屋 242 栋,还造成古城部分文物、唐卡等文化艺术品烧毁。这几起安全事件表明,景区需要提高和完善内部软件和硬件设施,提高服务管理水平;需要提高旅游景区从业人员的安全意识,尤其是对领导干部与管理者,应让其充分认识到旅游安全对于旅游业的重要性;建立健全景区安全管理机制;加强景区安全管理预警系统建设;建立景区安全应急救援体系。



据中消协调查显示,消费者对于景区各要素的重视程度依次为:安全 70.46%、体验环境 53.54%、基础设施 51.08%、服务设施 50.15%,其中景区安全连续两年成为消费者最看重的因素。

全国假日办发布的 2013 年“十一”期间投诉数据显示,黄金周期间共接到投诉 284 件,其中景区景点 122 件,占投诉总数 43%;旅行社 73 件,占投诉总数 25.7%;网络预订 28 件,占投诉总数 9.9%;宾馆饭店 25 件,占投诉总数 8.8%;旅游交通 23 件,占投诉总数 8.1%。对比 2012 年的投诉信息发现,涉及景区景点和旅行社的投诉量均有大幅上升。其中,涉及景区景点的投诉量增长了 34% (2012 年为 91 件);涉及旅行社的投诉量更是高达去年的 2.7 倍 (2012 年为 27 件)。

与此同时,随着出游人数的持续增长,景区综合接待能力的瓶颈效应愈发明显,比较突出的是景区客流、车辆过于集中,游客分流、车辆疏散效果欠佳。部分景区的预警和控制疏导机制尚不健全,突发事件处置能力尚需加强,旅游服务质量有待改善。

通过对不同性别、不同年龄的消费者和游客最看重的旅游景区要素选择进行分析后发现,男性更注重基础设施和服务设施,女性更偏重于体验环境、安全、卫生,这也与女性自身敏感和注重体验的特点相关。而不同年龄的消费者也体现出不同的偏好,35 岁以下的年轻人更侧重于体验环境,而 35 岁以上的消费者对于景区安全和基础设施要素更为看重。

(二) 景区承载量

我国景区的旅游容量超载问题频出。《旅游法》第四十五条规定,全国各景区均需要核定与公布最大承载量。由于缺乏成熟的理论方法,景区最大、最佳承载量的测算、核定与公布方案迟迟未能落地。建议从技术层面对全国景区进行分类研究,形成有针对性的指标体系与测算方法。可由国家旅游局出面,组建专题工作小组和专家委员会,构建景区最大承载量的测算、核定、发布、预警的保障体系。